

Secretaría Nacional de Telecomunicaciones
 3) Parámetros Aplicables a la Información Financiera
 I.3 Resumen ejecutivo de los contratos de Régimen Especial



Fecha de publicación: 02 de enero de 2014

No.	Contratista	Objeto	Monto	Fecha suscripción	Plazo	Resumen de Productos	Observaciones: Contratos modificatorios, contratos complementarios, otra modificaciones.	Administrador del contrato
1	URIBE VELEZ CAROLINA MARIA	ESTUDIO PARA LA DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE RELACIONES PUBLICAS ORIENTADA A GENERAR CRITERIOS DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL	\$ 21,000.00	12-dic-13	90 DÍAS	1. Estructurar las bases estratégicas en Relaciones Públicas para la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones. 2. Asesoramiento externo a las principales autoridades de la SENATEL en cuanto a las relaciones corporativas orientadas a un mejor posicionamiento institucional. 3. Establecer los lineamientos y acciones derivadas en la comunicación de crisis. 4. Determinar las estrategias de Relaciones Públicas que permitan posicionar a la Institución en el sector de las telecomunicaciones en el Ecuador. 5. Desarrollar el plan para una campaña de Relaciones Públicas para fortalecer la imagen institucional.	Sin Observaciones	LCDO. SANTIAGO LOAIZA - ASESOR INSTITUCIONAL
2	BERNABEU CORP COMUNICACIONES S.A.	CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA CAMPAÑA BENEFICIOS, DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL REGLAMENTO PARA LOS ABONADOS / CLIENTES DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y DE VALOR AGREGADO	\$ 250,000.00	05-dic-13	45 DÍAS	1.- Creación de un portal web (micrositio) que contenga de forma sencilla y visual el Reglamento de usuarios para contratos de telecomunicaciones (Incluye diseño de Layout, imágenes, herramientas de usabilidad, animaciones) Presentación de propuestas de nombre del microsite. 2.- El portal deberá ser programado en una plataforma de administrativa. Al final de la campaña, la agencia adjudicada entrará la administración del portal (credenciales de administración, accesos de alojamiento, dominio y manuales) a) 1 Community manager (Recurso que deberá ser provisto por la Agencia de Publicidad por el tiempo que dure la campaña) b) Publicidad en Redes sociales (Incluye la producción de 12 artes), c) Piezas gráficas para redes sociales . d) Producción e impresión de Material gráfico	Sin Observaciones	LCDO. SANTIAGO LOAIZA - ASESOR INSTITUCIONAL